



► 7 septembre 2015

COULISSES.

## Partenaires particuliers

Dans les années « 80 », alors que le SUA était au sommet de la vague, le groupe bordelais « Partenaire particulier » inondait la nuit avec une chanson éponyme. Il était question de chercher une partenaire particulière « débloquée, pas trop timide » et dotée « d'une bonne dose de savoir faire ». Il semble que l'équipe du Sporting soit aujourd'hui suffisamment séduisante pour attirer de plus en plus d'acteurs économiques. Ou en reconquérir d'autres à l'image de l'emblématique entreprise UPSA.

### Un engagement sur trois saisons



Samedi, à un peu plus d'une heure du coup d'envoi, dans la loge centrale de la Tribune Lacroix, le club avait organisé une conférence de presse pour présenter « des partenaires qui ont franchi un palier » pour reprendre l'expression de Gilles Bertrandias. « Ce sont, ajoutait le coprésident du Sporting, des entreprises traditionnelles ou des start-up qui ont émergé dans

l'écosystème agenais ». Après les politesses d'usage et un tour de table pour faire connaissance avec UPSA, Péchavy, Keolis, JeChange. fr et l'Oeuf Gascon, chacun exprimait son bonheur de partager l'aventure Top 14. C'est finalement Thierry Lhuiller, le directeur des usines UPSA, qui résumait le sentiment de tous : « Avec la montée en Top 14, nous avons trouvé un défi commun. Nous avons des valeurs communes, une volonté d'avancer et une capacité à rebondir ».

Le plus intéressant dans cette histoire est qu'à l'exception de Keolis, ces partenaires se sont engagés pour trois ans. Il y a là une volonté de se serrer les coudes et de s'inscrire dans la durée. Une dynamique positive récompensée, quelques heures plus tard, par la victoire du Sporting sur le Racing.

Alain Tingaud : « Un problème de réappropriation du club » Ils étaient 11 613 spectateurs à Armandie pour le derby de la Garonne. Samedi, pour la réception du Racing, ils étaient 7 292. Il y en a donc 4321 qui se sont évaporés dans la nature. Et si le SUA en perd autant à chaque match... Au-delà du fait que les absents ont manqué un sacré match de rugby se pose, une nouvelle fois, le problème de la fréquentation du stade Armandie. Le président agenais Alain Tingaud est convaincu

- depuis longtemps - que la difficulté ne vient pas du prix des places. Il s'agit, selon lui, « d'un problème de réappropriation du club ». Jeudi dernier, à l'Agglomération d'Agen, il a d'ailleurs, sur le ton de la plaisanterie, interpellé le président Jean-Dionis en lui expliquant que, pour 500 000 euros de plus, ce dernier pouvait acquérir les places invendues et les donner ensuite aux Agenais. « Il s'apercevra alors qu'il n'y aura pas plus de monde au stade », assure Alain Tingaud. Il ajoute : « Nous remarquons que les places les plus chères sont toujours vendues à 95 %, ce qui n'est pas le cas des places les moins chères ». Faire d'Armandie un lieu riche en émotion est, selon lui, la clé. Le meilleur atout est l'effet victoire mais il n'y a pas que ça. L'idée est d'animer le lieu. Le baisser de rideau, samedi, avec le match des Espoirs était, par exemple, une bonne initiative. B. C  
Bertrand Chomeil ■